

## ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

*В.А. Матросова*, кандидат экономических наук, профессор*Е.М. Проскурня*, кандидат технических наук, доцент*Д.В. Чернышова*Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»  
г.Харьков

В данное время туристический бизнес представляет собой одну из наиболее динамично формирующихся сфер экономики в разных странах и поэтому обеспечивает положительное влияние на другие сферы экономики, особенно в период после кризиса. В большинстве стран туризм оказывает большое влияние на формирование национальных бюджетных показателей, создание новых и расширение существующих рабочих мест, во многом помогает обеспечить занятость граждан страны, активизировать внешнеторговый баланс. Туристический бизнес оказывает очень большое влияние на многие важнейшие отрасли национальной экономики, среди которых транспорт, легкая промышленность, связь, сельское хозяйство, производство бытовых товаров, строительство и другие [1-11]. Туристический бизнес - это своего рода катализатор экономического и социального развития любой страны. Экономическая поддержка и развитие туристического бизнеса позволяет получить впечатляющие показатели, характеризующие статистику мирового туристического рынка. Например, согласно прогнозу Всемирных туристических организаций, количество туристов к 2022 г. превысит 2 млрд личностей, доходы мирового туристического бизнеса в 2022 г. превысят 2 трлн дол. [1]. Туристический бизнес представляет собой динамично развивающуюся отрасль, роль и значение которой в экономике всего мира растет с каждым годом. Увеличение доли туристского бизнеса в мировой экономике - это база для формирования новых рабочих мест. Так, в сфере туризма занят каждый десятый труженик (всего в мире свыше 300 млн человек) [2].

Туризм является одной из наиболее доходных и постоянно растущих отраслей мировой экономики, о чем свидетельствуют показатели Всемирного барометра по туризму UNWTO [1]. Число международных туристских прибытий в 2019 году возросло на 7% и составило 1 322 млн. человек. С 2010 года это самый высокий результат. Прогнозируется, что в 2021 году увеличение сохранится на уровне 4-5%. Развитие сферы туризма и гостеприимства во многих странах мира во временной прогрессии соответственно росту форм, масштабов и качества общественных потребностей оказывает влияние на рынок труда, расширение предпринимательской активности, а также перераспределение общественных благ, изменение направленности инвестиционных поступлений, стимулирование и появление новых нестандартных технологий, управленческих решений и формирование новых потребностей человека. Также следует заметить, что особенностью современного развития туристического бизнеса является превращение простых организаций туризма в международные туристические предприятия, ассоциации и корпорации. Это существенно улучшает обмен информацией, обеспечивает эффект завоевания внешнего рынка.

Современная индустрия туризма - одна из наиболее быстро прогрессирующих отраслей мирового хозяйства, можно рассматривать и как самостоятельный вид экономической деятельности, и как межотраслевой комплекс. Ключевое место в системе индустрии туризма занимает, безусловно, турист - это любое физическое лицо, использующее, покупает или намеревается приобрести туристические услуги для удовлетворения собственных потребностей, поскольку именно благодаря туристам развивается туристическая сфера деятельности и вводятся новые инновации с целью улучшения условий для туристов и, соответственно, благодаря этому развиваются города и в значительной степени улучшается экономика страны. В этой связи важную роль в повышении эффективности туристического бизнеса имеют непосредственно объекты - туристы. Обобщая рассмотренные показатели, выделяем факторы, которые увеличивают туристическую активность и положительно влияют на туризм и показатели, сдерживающие развитие туристического бизнеса (табл. 1).

Таблица 1 - Факторы, которые стимулируют и дестимулируют активность туризма

Факторы, которые стимулируют активность туризма	Факторы, которые дестимулируют активность туризма
Прогрессивные тенденции в сфере транспортного обеспечения туризма, рост надежности и безопасности	Угрозы терроризма
Повышение транспортной доступности территории	Военные конфликты, политические войны
Развитие инфраструктуры туристического бизнеса (доступность, рост качества, разнообразие)	Рост расходов на транспортное сообщение, так как возрастают цены на горючее
Рост материального уровня населения	Ограничения по визам и таможенным условиям
Уменьшение длительности работы и рост размеров свободного времени	Резкие изменения валютных курсов и экономической конъюнктуры
Технический прогресс в сфере средств связи	Большие различия в уровне социального и экономического регионального развития

На сегодняшний день в литературе не существует единого подхода к трактовке категории турист. На основе обобщений литературных источников, считаем наиболее полным следующее определение: турист - человек, прибывший в страну для временного проживания с туристической целью.

В зависимости от того, в чем нуждается турист, в туристической сфере формируются определенные тенденции, которые направлены на удовлетворение этих потребностей и получение прибыли. Именно эти тенденции помогают турагентам подстраиваться под изменения в туристической деятельности и во взглядах туристов.

Таким образом, в середине 80-х годов в туристической сфере сформировались новые направления. Рассмотрим в ретроспективе ключевые показатели, которые оказали влияние на формирование современного туристического бизнеса. Основные из них: демография, эмоции, социальные факторы, а также определенные сдвиги в психике гражданина современности.

Процессы, протекающие в сфере демографии дают основания для выделения двух направлений на туристическом рынке.

№1 - увеличение количества потенциальных туристов, т.е. потребителей туристических услуг. В туристическое движение входят все большее количество категорий людей, которые развивают в себе возможности и желание путешествовать как внутри страны, так и за ее пределами. Согласно прогнозу на 2022 год, 8% населения нашей планеты будет осуществлять туристические поездки за пределы своей страны.

№2 – увеличение возраста туристов, что ведет к захвату большей части зрелых людей в общей массе туристов. Это объясняется общей демографией в индустриальных странах. Во многих из них возраст ухода на пенсию остается на достаточно низком уровне: 60-65 лет. Может показаться, что туризм зрелых людей является парадоксом, так как сам по себе выход на пенсию предполагает отдых. Вместе с тем, если более детально изучить потребности и запросы категорий населения разных возрастов, можно увидеть, что такая потребность не только имеет место, но и находится на достаточно высоком уровне и требует к себе особого внимания. Второй фактор проявляется в виде социально-экономических факторов, в значительной степени влияют на современные модернизации туристического спроса.

Итак, говоря об изменениях в туристической сфере, настоящее были рассмотрены концепцию современного туризма и туриста. Современный туризм пока характеризуется эластичностью, экологичностью, интегрированной разнообразием. Согласно этим характеристикам, современный турист, в свою очередь, приобретает больше навыков и потребностей во время своего путешествия. Он желает саморазвитию, следовать новейшим тенденциям настоящего, а также получать отдых как можно комфортнее. Помимо этого, считаем, что в процессе разработки плана мероприятий по повышению эффективности развития сферы туризма большое внимание должно быть уделено вопросам государственного регулирования международного туристического бизнеса.

#### Литература:

1. Муканов А. Х. Основные пути повышения эффективности развития туризма в республике Казахстан // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент» 2012. № 2.
2. Перерва П.Г. Маркетинг туристичної діяльності: конспект лекцій / П.Г.Перерва.– Харків : НТУ «ХП», 2020.- 32 с.
3. Тобажнянский В.Л. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения / В.Л.Тобажнянский, П.Г.Перерва, Т.А.Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса: монография.- СПб.: Астерион, 2010.- Т.2.- п.6.2.- С. 254-264.
4. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр.- Сер.: Економічні науки. – Харків : НТУ «ХП», 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
6. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
7. Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 79-88.
8. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие.- Харьков : «Основа», 1993.- 288с.
9. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
10. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120.
11. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство саморекламы). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с.
12. Тобажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХП». – Харків : НТУ «ХП», 2015.– № 59.- С.148-152.
13. Pererva P.G. Kocziszký György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.